

## PLANO DE AULA

### Título da Disciplina

Empreendedorismo científico: mentalidade e conexão academia-mercado

#### Aula 3

Unidade III – Criatividade para gerar negócios com valor

Unidade IV – Construindo a credibilidade no mercado durante a pós-graduação

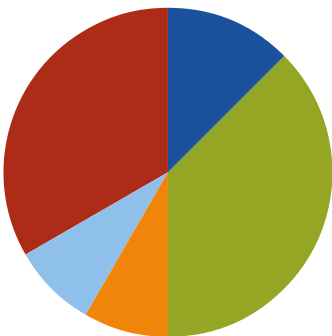
#### Conteúdo:

- Ecosistema do Empreendedor Acadêmico
- Mentalidade empreendedora

#### Ao final desta aula, o aluno será capaz de:

- Aplicar o pensamento criativo para identificar lacunas reais (tanto no cotidiano quanto em sua área de domínio), transformando essas dores em ideias que gerem valor econômico ou social;
- Planejar ações de comunicação que percorram as etapas do funil de impacto acadêmico;
- Construir uma narrativa de carreira para o curto e médio prazo, utilizando linguagem não técnica a fim de atrair parceiros, financiamento e visibilidade.

#### Agenda sugerida:



- **00:00 – 00:30:** Discussão sobre a Atividade (autodiagnóstico de prontidão empreendedora)
- **00:30 – 02:00:** Criatividade
- **02:00 – 02:20:** Intervalo
- **02:20 – 02:40:** Apresentação da atividade 03 (Projeto de intervenção)
- **02:40 – 04:00:** Difusão científica

### Informações adicionais sobre a aula:

O momento da aula sobre “Criatividade” é repleto de atividades e dinâmicas que estimulam o pensamento criativo dos alunos. A seguir está uma breve explicação sobre o que é esperado que o professor discuta em momentos em que dinâmicas são previstas:

- Atividade dos clips (slide 7): os alunos devem falar em voz alta todas as utilidades que um clipe de papel pode ter que não seja sua função principal, ou seja, segurar papéis. O professor deve estimular ideias “fora da caixa” (pensamento divergente). Quando as ideias cessarem, deve-se iniciar uma discussão sobre quanto a criatividade pode ser exercitada; que às vezes é preciso de treino para romper pensamentos fixos; e que é valioso usar recursos simples para criar objetos com novas finalidades. Incentive os alunos a relatarem suas dificuldades e o processo de gerar novas ideias a partir de seus conhecimentos prévios e de criar sobre as ideias dos colegas.
- O slide 8 apresenta três negócios que surgiram após irritações de alguém (respectivamente não encontrar taxis para voltar para casa depois de um show; ter malas avariadas após viagens; e dificuldade para abrir pacotes de bolachas);
- A dinâmica do slide 10 tem como objetivo fazer com que os discentes reflitam sobre como podem criar novos negócios a partir de irritações do dia a dia. A ideia aqui é que os discentes reflitam sobre o público-alvo (outras pessoas também sentem a mesma dor que eles?), o tamanho desse público e formas de viabilizar um negócio.

Em relação à difusão científica, alguns alunos podem se sentir receosos sobre “aparecer nas redes sociais”. Nesses casos, é importante que o professor apresente alternativas de difusão científica que não envolva a gravação de vídeos para redes sociais, como criar newsletters ou difundir conteúdos escritos (por exemplo, utilizando o carrossel do Instagram). É válido mostrar que a autenticidade é importante e, para que ela aconteça, o divulgador científico precisa estar à vontade com a forma de divulgar o conteúdo que ele escolheu. Os slides desta aula são repletos de exemplos de divulgadores científicos amplamente conhecidos. Esses exemplos podem ser alterados para se adequar melhor ao perfil da turma.

## Leituras recomendadas

AGRAWAL, S.; ULRICH, P. A picture is worth 1000 words: teaching science communication with graphical abstract assignments. **Journal of Microbiology & Biology Education**. V. 24, n. 1, 2023.

AIGER, M.; ELJOB, C.; LOZANO-BLASCO, R.; ACERO-FERRERO, M. Science communication in social media: analysis of success on TikTok, Instagram, and YouTube across scientific disciplines. **Computers in Human Behavior**. V. 177, 2026.

CASPARI, G. Instagram as a tool for archaeological science communication. **Digital Applications in Archaeology and Cultural Heritage**. V. 24, 2022.

CATMULL, E. **Criatividade S.A.** Rio de Janeiro: Rocco, 2014.

DELL'ISOLA, A. **Mentes Brilhantes: como desenvolver todo o potencial do seu cérebro.** São Paulo: Universo dos Livros, 2020.

MORENO-CASTRO, C. Reshaping science communication in a critical period of disinformation and distrust. **Journal of Science Communication**. V. 25, n. 1, 2026. <https://doi.org/10.22323/304220251109231221>.